

Pressemelding

Kontaktperson: Madeleine Thor: +46 8 663 04 90 www.irm-media.no

Nå har det snudd på reklamemarkedet

I det andre kvartalet i 2013 har vi en vekst på 1,7 prosent i følge IRM:s rapport *Norsk Mediestatistikk kvartal 2 2013*. Reklamemarkedet omsatte for 5,2 milliarder kroner i andre kvartal 2013.

I fire kvartaler etter hverandre gikk reklamemarkedet tilbake, men nå er det i pluss igjen. Veksten i andre kvartal 2013 var på 1,7 prosent.

Internett fortsetter å vokse ufortrødent og veksten er på nær 11 prosent. Det ble et sterkt kvartal for søkeordsmarkedsføring. Også rubrikkannonsering på nettet viser tosifret vekst og merkevare hadde en vekst på 6 prosent. Nytt for andre kvartal er at IRM nå også har tall for Web-TV, som omsatte for 44 millioner i andre kvartal 2013.

Lokomotivet i reklamen er også TV som vokser med hele 8 prosent. TV sprenger derved milliardgrensen for første gang i ett andre kvartal. Andre medier med vekst var kino og radio.

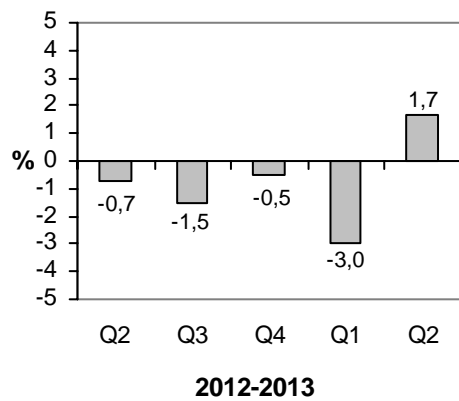
Alle trykte medier opplevde en negativ utvikling i andre kvartal 2013, unntatt innstikk i dagspressen og fagpressen. Dagspressen er fremdeles størst av reklamekanalene, men tapte 7,5 prosent av sine inntekter sammenliknet med det andre kvartalet i 2012. Men dagspressen har dempet fallet i forhold til første kvartal i 2013.

- Reklamemarkedet er igjen i pluss og det med ettertrykk. I de tre største kategoriene – dagspresse, internett og TV ser vi at opphenting er bedre enn ventet. Dagspressen går noen prosentenheter bedre enn forventet samtidig som kurvene for både internet og TV peker kraftig oppover, sier Madeleine Thor, daglig leder i IRM

For nærmere informasjon, kontakt daglig leder Madeleine Thor på + 46 8 663 04 90

Bilag

Figur Mediemarkedet Q2 2012– Q2 2013
Vekst i prosent, løpende priser



Kilde: IRM